

DINAMIKA KELEMBAGAAN KEMITRAAN USAHA RANTAI PASOK BUAH TROPIKA BERORIENTASI EKSPOR

Dynamics of Institutional Supply Chain Partnership Institutions Export Oriented Tropical Fruit

Saptana*, Atika Dyah Perwita, Valeriana Darwis, Sri Hastuti Suhartini

*Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian
Jalan Tentara Pelajar No 3B, Bogor 16111, Jawa Barat, Indonesia
Korespondensi penulis. E-mail: saptano_07@yahoo.co.id

Naskah diterima: 16 November 2018

Direvisi: 10 Desember 2018

Disetujui terbit: 17 Desember 2018

ABSTRACT

The main problem faced in the development of Indonesia's tropical fruits are the lack of variety, quantity, quality and continuity of supply that is in line with market demand dynamics and consumer preferences. The purpose of this paper is to examine the performance of export-oriented tropical fruit business partnership institutions. The method of analysis is carried out by reviewing various literature studies, especially primary scientific journals and other data and information. Indonesia's main tropical fruits are mango, pineapple, papaya, and avocado, constituting 75% of global tropical fruit production. National fruit production sequentially from the largest are banana of 6,189,052 tons, mango 2,376,339 tons, papaya 906,312 tons, durian 888,130 tons, and mangosteen 190,294 tons. Fruit consumption level in 2000 had reached 36 kg/capita/year, increasing in 2005 to 45 kg/capita/year, in 2007 it had reached 47 kg/capita/year, but in 2011 it decreased to 34.55 kg/capita/year, and in 2014 it increased again to 43.33 kg/capita/year. In the period January to March 2018 the volume of Indonesian fruit exports amounted to 325,236 tons, while in the same period in 2017, the volume of Indonesian fruit exports was recorded at 306,441 tons, an increase of 6.13%. Institutional performance of supply chain partnerships in tropical fruits, both carried out through general trade patterns and contract farming has not been fully efficient. The strategy of developing export-oriented tropical fruits in the future needs to be carried out through integrated supply chain business partnership institutions. Operationally can be done by using seeds/superior clone seeds, cultivation technology based on Standard Operational Procedure (SOP) and the application of Good Agricultural Practices (GAP), the application of Good Handling Practices (GHP), and integrated supply chain business partnerships.

Keywords: *business partnership, supply chain, tropical fruit, export*

ABSTRAK

Permasalahan pokok yang dihadapi dalam pengembangan buah tropika Indonesia adalah belum terwujudnya ragam, kuantitas, kualitas, dan kesinambungan pasokan yang sesuai dengan dinamika permintaan pasar dan preferensi konsumen. Tujuan tulisan ini adalah untuk mengkaji kinerja kelembagaan kemitraan usaha buah tropika berorientasi ekspor. Metode penulisan dengan melakukan review dari berbagai studi pustaka terutama jurnal ilmiah primer serta data dan informasi terkait. Buah tropika utama Indonesia adalah mangga, nenas, pepaya, dan alpukat, merupakan 75% produksi buah tropika global. Produksi buah nasional secara berturut-turut adalah pisang sebesar 6.189.052 ton, mangga 2.376.339 ton, pepaya 906.312 ton, durian 888.130 ton, dan manggis sebesar 190.294 ton. Tingkat konsumsi buah pada tahun 2000 sudah mencapai 36 kg/kapita/tahun, meningkat pada tahun 2005 menjadi 45 kg/kapita/tahun, tahun 2007 telah mencapai 47 kg/kapita/tahun, namun pada tahun 2011 mengalami penurunan menjadi sebesar 34,55 kg/kapita/tahun, dan tahun 2014 meningkat kembali mencapai 43.33 kg/kapita/tahun. Pada periode Januari hingga Maret 2018 volume ekspor buah Indonesia sebesar 325.236 ton, sedangkan periode yang sama pada tahun 2017, volume ekspor buah Indonesia tercatat sebesar 306.441 ton atau meningkat sebesar 6,13%. Kinerja kelembagaan kemitraan usaha rantai pasok pada buah tropika baik yang dilakukan melalui pola dagang umum maupun pertanian kontrak (*contract farming*) belum sepenuhnya efisien. Strategi pengembangan buah tropika berorientasi ekspor ke depan perlu dilakukan melalui kelembagaan kemitraan usaha rantai pasok secara terpadu. Secara operasional dapat dilakukan dengan penggunaan bibit/benih klon unggul, teknologi budidaya yang didasarkan Standar Prosedur Operasional (SOP) dan penerapan *Good Agricultural Practices* (GAP), penerapan *Good Handling Practices* (GHP), dan kelembagaan kemitraan usaha rantai pasok secara terpadu.

Kata kunci: *kemitraan usaha, rantai pasok, buah tropika, ekspor*

PENDAHULUAN

Dalam perekonomian modern pemerintah memiliki tiga fungsi sentral, yaitu: (1) meningkatkan efisiensi; (2) menciptakan pemerataan atau keadilan, serta (3) memacu pertumbuhan ekonomi secara makro dan menjaga stabilitasnya (Samuelson dan Nordhaus 1993). Tantangan terbesar dalam pembangunan ekonomi Indonesia dewasa ini adalah bagaimana mengurangi pengangguran dan kemiskinan, menggerakkan sektor riil, serta mendorong ekspor nonmigas.

Pertanian untuk pembangunan nasional juga dipandang sebagai suatu sektor yang memiliki kemampuan khusus dalam menghasilkan pertumbuhan yang berkualitas (*growth with equity*) (Baharsyah 2008). Upaya menciptakan lapangan kerja dan mendorong ekspor tersebut harus dilakukan ditengah perkembangan ekonomi global yang dipenuhi dengan ketidakpastian. Disinilah peran usaha-usaha untuk mendorong sektor riil menjadi sangat penting. Kebijakan-kebijakan pembangunan pertanian yang bisa berdampak langsung terhadap penciptaan kesempatan kerja, peningkatan pendapatan petani, serta penciptaan nilai tambah dan ekspor hasil pertanian menjadi pilihan yang strategis. Salah satu langkah penting yang dapat dilakukan adalah dengan mengembangkan buah tropika Indonesia.

Krisnamurthi (2009) mengungkapkan peran penting ekonomi buah Indonesia dalam mendorong sektor riil: (1) Tingkat pertumbuhan ekonomi buah tropika tergolong cukup tinggi, mencapai 11% pertahun; (2) Jumlah rumah tangga petani yang mengusahakan usaha tani buah cukup besar. Menurut Sensus Pertanian 2003 terdapat 4,4 juta rumah tangga petani yang mengusahakan usaha tani buah dan tetap tinggi, pada tahun 2007 sebesar 5,2 juta atau sekitar 21 juta jiwa rumah tangga petani; (3) Angka ekspor komoditas buah-buahan Indonesia tergolong cukup tinggi, mencapai 14% pertahun sejak tahun 2001 hingga 2007; (4) Buah memiliki peran penting dalam pemenuhan gizi masyarakat Indonesia. Tingkat konsumsi buah pada tahun 2000 sudah mencapai 36 kg/kapita/tahun, meningkat pada tahun 2005 menjadi 45 kg/kapita/tahun, tahun 2007 telah mencapai 47 kg/kapita/tahun, tahun 2011 menurun menjadi sebesar 34,55 kg/kapita/tahun, dan tahun 2014 meningkat kembali mencapai 43,33 kg/kapita/tahun (BPS 2006, 2008, 2012, 2015); (5) Perkembangan industri pengolahan berbahan baku buah belum cukup berkembang. Produksi buah nasional

yang menggunakan sebagai bahan baku industri pengolahan baru 3% pertahun; (6) Kegiatan usaha tani buah tropika juga memiliki peran penting dalam menyediakan jasa lingkungan dan estetika; dan (7) Pengembangan buah tropika juga menjadi salah satu faktor yang dapat menjadi '*brand*' yang turut membangun identitas bangsa.

Tanaman buah tropika di Indonesia sebagian besar masih berupa tanaman sela, tanaman pemenuh, atau komponen dalam rotasi tanaman (Sumarno 2014). Kondisi ini menyulitkan dalam meningkatkan produksi buah tropika yang dapat memenuhi aspek kuantitas, mutu, dan kontinuitas pasokan. Persoalan menjadi lebih rumit disebabkan oleh berbagai faktor sosial ekonomi petani, yaitu penguasaan lahan usaha yang kecil, lemahnya permodalan petani, buah sering dijual dengan sistem tebasan atau bahkan ada yang dengan sistem ijon, dan buah dipanen sebelum matang atau petik di pohon.

Tujuan tulisan ini adalah untuk mengkaji kinerja kelembagaan kemitraan usaha buah tropika dan perannya terhadap ekspor. Kajian dilakukan melalui review dari berbagai pustaka dengan memfokuskan pada aspek produksi, kinerja kelembagaan rantai pasok, dan dampak kelembagaan kemitraan usaha rantai pasok buah tropika terhadap ekspor.

KINERJA PRODUKSI, PERMINTAAN DAN EKSPOR BUAH TROPIKA

Kinerja Produksi

Indonesia dikenal sebagai negara yang memiliki kekayaan biodiversitas, terdapat 323 jenis komoditas hortikultura terdiri atas 60 jenis komoditas buah, 80 jenis sayuran, 66 jenis biofarmaka, dan 117 jenis komoditas tanaman hias (Ditjenhort 2008). Berdasarkan jenisnya, tanaman buah yang paling banyak ditemukan adalah di Sumatera (148 jenis) dan Kalimantan (144 jenis), kemudian diikuti oleh Jawa (96 jenis), Sulawesi (43 jenis), dan Maluku (30 jenis) (Hermanto et al. 2013). Selanjutnya dikemukakan meskipun tanaman buah secara umum dapat ditemukan hampir di seluruh wilayah, pusat keanekaragaman buah tropika di Indonesia menonjol secara spesifik di wilayah tertentu, seperti pisang di Sumatera, Kalimantan, Kepulauan Halmahera, dan Papua. Kerabat durian, manggis, duku, rambutan, mangga, dan jeruk lebih banyak terdapat di Sumatera, Kalimantan, dan Papua.

Produksi buah Indonesia secara agregat mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, meskipun diakui terdapat beberapa komoditas buah yang mengalami penurunan pertumbuhan. Secara berturut-turut produksi 10 buah utama Indonesia adalah pisang sebesar 7.008 ton, mangga 2.464 ton, jeruk 1.999 ton, sirsak 1.874 ton, salak 1.036 ton, durian 856 ton, pepaya 830 ton, rambutan 733 ton, alpukat 306 ton, manggis 111 ton (BPS 2017).

Hasil penelitian Krisnohadi dan Riduansyah (2015) tentang analisis pengembangan kawasan hortikultura dengan aplikasi sistem informasi geografis dan *analytical hierarchy process* (AHP) menunjukkan bahwa kelas kesesuaian lahan aktual untuk tanaman hortikultura kelompok tanaman buah-buahan didominasi oleh kelas S3 – na (faktor pembatas nutrisi tanah). Hasil pembobotan kriteria AHP yang tertinggi menunjukkan bahwa pengambilan keputusan untuk tanaman buah-buahan dipengaruhi oleh pendapatan dan transfer teknologi untuk budi daya.

Pada umumnya kebun buah milik petani berawal dari usaha tani di lahan pekarangan dengan jumlah tanaman terbatas, tumpang sari dengan tanaman palawija di lahan tegal, beberapa komoditas buah tropika (mangga) terdapat tumpang sari sistem sorjan dengan padi di lahan sawah, dan sebagian lainnya merupakan tanaman alamiah di habitat aslinya (Sumarno 2014). Sebagian besar benih atau bibit yang ditanam tidak diketahui secara jelas asal-usulnya, sebagian besar berasal dari kecambah biji (*seedling*). Tanaman buah yang dikembangkan secara vegetatif alamiah, seperti pisang dan salak, populasi tanaman di sentra produksi berasal dari banyak klon induk, yang berakibat terjadinya keragaman tanaman dan produksi.

Bibit tanaman buah berasal dari klon unggul terdaftar, mulai banyak ditanam sejak awal tahun 1980-an melalui program pemerintah, namun banyak petani pemilik pohon mangga, duku, durian, dan alpukat, masih mempertahankan tanaman buah pohon tua yang masih produktif, walaupun umur tanaman banyak yang sudah melebihi 30 tahun (Sukarman dan Susilowati 2004; Sumarno 2014). Upaya pemerintah peremajaan (*replanting*) pohon mangga dan manggis yang berumur tua dengan klon varietas unggul tidak selalu mendapat respon positif dari petani, karena pohon berumur tua tersebut menjadi salah satu sumber pendapatan petani. Khusus untuk tanaman buah durian di Pulau Jawa, pohon berumur tua secara berangsur-angsur diganti dengan bibit varietas unggul klonal.

Sejak tahun 1980-an terbentuk sentra-sentra produksi baru buah tropika di sebagian wilayah Pulau Jawa, Sumatera, Sulawesi, dan pulau-pulau lainnya. Adanya perkembangan daerah sentra produksi baru pada tahun 1990-an buah tropika utama (mangga, jeruk, durian, rambutan) pada musim panen mampu menjangkau hampir ke seluruh pasar baik di perkotaan maupun perdesaan di Indonesia. Perdagangan buah tropika tersebut terjadi tidak hanya dari daerah sentra produksi di perdesaan ke pusat kota, bahkan terjadi perdagangan antar pulau (Ditjenhort 2003).

Sebagian besar buah tropika (98%) dari total produksi buah tropika berasal dari negara berkembang dan 80% negara maju tercatat sebagai importer (FAO 2009). Buah tropika utama adalah mangga, nenas, papaya, dan alpukat, merupakan 75% produksi buah tropika global. Sementara, buah-buahan minor seperti leci, durian, manggis, rambutan, jambu biji, markisa, dan sirsak diproduksi dan dipasarkan dalam volume yang kecil.

Komoditas manggis menjadi buah andalan ekspor dengan nilai ekonomis yang tinggi karena memiliki volume pasar yang cukup besar. Pada tahun 2011, produksi manggis nasional mencapai 117.600 ton dengan jumlah ekspor manggis mencapai 12.600 ton dengan nilai USD 9,9 juta atau setara dengan Rp 94 miliar (BPS 2012). Tujuan pasar ekspor manggis adalah China, Hongkong, Taiwan, Singapura, Malaysia, dan Timur Tengah. Sentra utama manggis untuk ekspor umumnya berasal dari Provinsi Jawa Barat (Tasikmalaya, Purwakarta, Bogor, Sukabumi), Lampung, Riau (Kampar), Jawa Tengah (Purworejo), Bangka-Belitung (Belitung), Sumatera Utara (Tapanuli Selatan, Lahat), Sumatera Barat (Limapuluh Kota, Padang Pariaman), Jawa Timur (Trenggalek, Blitar, dan Banyuwangi), serta Bali (Tabanan).

Produksi buah nasional dalam 5 tahun terakhir (tahun 2008-2012) menunjukkan tren cenderung meningkat cukup tinggi mencapai 9% per tahun. Pada sisi lain, terjadi peningkatan permintaan yang disebabkan bertambahnya jumlah penduduk, peningkatan pendapatan, fenomena urbanisasi dan segmentasi pasar, serta makin meningkatnya tingkat kesadaran masyarakat akan manfaat buah bagi kesehatan. Produksi buah nasional secara berturut-turut dari yang tertinggi hingga terendah adalah: pisang sebesar 6.189.052 ton, mangga 2.376.339 ton, pepaya 906.312 ton, durian 888.130 ton, dan manggis sebesar 190.294 ton (BPS 2013). Kinerja produksi jeruk yang merupakan komoditas substitusi impor selama

periode (2008-2012) menunjukkan kinerja produksi yang terus mengalami penurunan hingga -34,68% selama periode tersebut atau 6,94% pertahun. Penurunan produksi ini terutama disebabkan karena adanya serangan lalat buah di sentra produksi jeruk di Tanah Karo, lahan jeruk di Karo mencapai 14.008 hektar, namun hampir 9.702 hektar terserang lalat buah (Ditjenhort 2013).

Mutu buah hanya salah satu faktor dari lima faktor penentu daya saing, yaitu: (1) efisiensi biaya produksi; (2) mutu produk panen; (3) transportasi berpendingin; (4) sistem pemasaran yang efisien dan harga yang kompetitif; (5) promosi produk dan proteksi terhadap produk impor (Sumarno 2014). Secara holistik dan komprehensif upaya meningkatkan daya saing buah tropika Indonesia dapat dilakukan dengan meningkatkan produktivitas, mutu buah, efisiensi produksi, efisiensi sistem rantai pasok dan pemasaran, promosi dan pengembangan produk, serta kebijakan pemerintah yang kondusif.

Pentingnya Manajemen Mutu dan Standar Kualitas Produk

Mutu adalah segala hal yang menunjukkan keistimewaan atau derajat keunggulan suatu produk, dalam hal ini adalah produk hortikultura (Poerwanto 2003). Kriteria mutu komoditas hortikultura untuk menjamin terlaksananya penerapan jaminan mutu di kawasan hortikultura mencakup (Ditjenhort 2003): (1) Mutu visual atau penampilan fisik, yang meliputi ukuran (dimensi, keseragaman, berat dan volume), bentuk (rasio antardimensi, keseragaman, intensitas, *gloss*), warna dan kondisi umum (kemulusan, ada atau tidak adanya cacat dan kerusakan); (2) Tekstur dan *mouthfeel* meliputi kekerasan, keempukan, kerenyahan, kesegaran, kealotan, kekentalan sari buah. Mutu tekstur buah tropika berkaitan dengan kepentingan dalam pengangkutan, peruntukan (konsumsi segar atau olahan); (3) Rasa (*flavor*) dari produk hortikultura, cita rasa ini berbeda-beda berdasarkan tujuan pasar dan segmen pasar atau kelompok konsumen; (4) Nilai gizi, komposisi gizi dan zat berkhasiat yang terkandung dalam komoditas atau produk hortikultura; (5) Keamanan pangan (*food safety*), yang meliputi bebas kontaminasi baik oleh mikroba patogen, toksin, bahan kimia, dan pestisida, serta cemaran fisik lainnya; (6) Kemudahan dalam penanganan meliputi kemudahan dalam pengangkutan, kemudahan dalam konsumsi, kemudahan dalam penyajian, serta kemudahan dalam penanganan sampah;

dan (7) Sifat mutu lainnya (bersifat spesifik untuk komoditas tertentu, seperti kandungan gula, tingkat keasaman, kandungan zat tertentu, serta aroma tertentu).

Konsekuensi dari sistem produksi buah pada petani skala kecil, produk buah yang dihasilkan petani memiliki beberapa kelemahan sebagai berikut (Sumarno 2014): (a) mutu fisik buah sangat beragam, dari segi bentuk, ukuran dan warna; sehingga sulit memenuhi standar mutu tertentu, terlebih untuk tujuan ekspor; (b) mutu buah dari sisi rasa dan aroma beragam sehingga sulit dapat memenuhi jaminan mutu; (c) kepercayaan konsumen dan preferensi konsumen terhadap buah hasil dari petani skala kecil menjadi rendah; (d) harga jual dan daya saing produk yang rendah; dan (e) produk buah petani skala kecil sebagian besar mengisi *niche market* pasar tradisional, sulit masuk ke pasar modern (supermarket dan hypermarket).

Sebenarnya terdapat beberapa jenis buah tropika yang berpeluang besar untuk mengadopsi standar mutu tertentu karena benih yang ditanam adalah varietas unggul hibrida yang akan menghasilkan buah seragam, seperti buah semangka, melon, dan pepaya (Sumarno 2014). Masyarakat konsumen Jepang menginginkan buah melon kotak agar memudahkan dalam pengangkutan, penanganan dan penyajian (Saptana et al. 2012). Demikian juga buah yang dipanen dari tanaman dari jenis klon tertentu, seperti komoditas belimbing, rambutan, jeruk, mangga, pisang, dan durian. Namun, pada tanaman pohon buah petani skala kecil belum seluruhnya berasal dari varietas dari klon yang sama sehingga proporsi buah yang memenuhi standar mutu untuk tujuan dan segmen pasar tertentu sangat rendah.

Beberapa penyebab rendahnya mutu produksi buah petani skala kecil adalah (Sumarno 2014): (a) buah diproduksi sebagai tanaman sela, pemenuh, atau dalam kebun campuran, belum ada kebun khusus tanaman buah; (b) teknik budi daya bersifat asal-asalan, tidak mengikuti SPO budi daya; (c) bahan tanaman menggunakan bibit campuran, tidak diketahui secara jelas asal-usulnya atau tidak jelas ketelusurannya (*traceability*); (d) panen buah belum memenuhi ketentuan matang atau petik pohon; (e) tanaman kurang terpelihara secara optimal sehingga menyebabkan hasil panen beragam; (f) penanganan pascapanen sederhana, tidak dilakukan *grading* sesuai ketentuan formal; (g) transportasi dalam wadah besar, tanpa kemasan yang standar sehingga risiko rusak dalam pengangkutan tinggi; (h) transportasi tanpa pendingin udara dalam jarak

jauh dan waktu lama; dan (i) Penjualan eceran pada ruang terbuka bersuhu tinggi.

Purwanto (2003) mengemukakan bahwa manajemen mutu di Indonesia selama ini masih terbatas dilakukan dengan memilah (*grading*). Manajemen mutu merupakan suatu dokumen yang disusun dan di dalamnya berisi acuan manajemen mutu dengan kualitas yang tepat (Purwanto 2003). Dengan demikian manajemen mutu untuk buah tropika merupakan suatu cara dalam melakukan penanganan mutu dalam keseluruhan jaringan agribisnis yang ditujukan untuk memuaskan pelanggan. Fungsi manajemen mutu produk buah tropika adalah : (1) sebagai alat yang dapat menjamin pemasaran produk buah tropika dan untuk dapat melakukan penjualan ulang dengan kualitas yang sama; (2) alat yang dapat digunakan untuk dapat mempertahankan dan memperbaiki produktivitas buah tropika, mengidentifikasi masalah, mencegah terjadinya kesalahan dan mengurangi inefisiensi dalam produksi dan distribusi; (3) membantu petani buah tropika untuk dapat mengakses ke berbagai tujuan pasar baik lokal, regional, maupun ekspor; dan (4) meningkatkan kepercayaan dan kerja sama usaha yang baik antarpelaku usaha agribisnis buah tropika secara berdaya saing. Penerapan manajemen mutu dan standar kualitas produk buah tropika dari kebun petani, saat panen, penanganan pascapanen, serta dalam pengangkutan dan distribusi menjadi syarat keharusan, terlebih jika ditujukan untuk memasuki pasar ekspor yang makin kompetitif.

Kinerja Permintaan Buah Tropika Unggulan

Kondisi permintaan suatu komoditas pertanian tercakup buah tropika sangat menentukan banyaknya komoditas pertanian yang dapat digerakkan oleh sistem tata niaga dan memberikan arah bagi produsen berupa besar harus memproduksi (Rahman 1997; Saptana dan Rahman 2015). Secara empiris dinamika permintaan pasar terhadap buah tropika juga terkait dengan jenis produksi buah tropika apa yang dihasilkan, skala usaha yang akan diusahakan, teknologi produksi yang dipilih, dimana lokasinya, kapan harus menanam dan memanen, serta ke mana akan menjualnya.

Secara teoritis jumlah output yang diminta ditentukan oleh harga output barang tersebut, pendapatan, harga barang lain, jumlah penduduk, dan selera atau preferensi konsumen (Koutsoyannis 1979; Henderson and Quandt 1980). Faktor-faktor penting yang memengaruhi

permintaan untuk produk pertanian tercakup buah tropika adalah jumlah penduduk dan pertumbuhannya, tingkat pendapatan konsumen, dan keragaman dalam penggunaannya (Siregar 2009). Penduduk Indonesia yang besar dan pertumbuhan yang positif menyebabkan makin tingginya kebutuhan atau permintaan buah tropika. Demikian juga, dengan makin tingginya pendapatan per kapita masyarakat konsumen, terutama golongan menengah dan atas, menyebabkan makin meningkatnya permintaan terhadap buah tropika. Makin beragamnya penggunaan komoditas buah tropika selain konsumsi segar, terutama sebagai bahan baku industri pengolahan, kosmetika, dan pangan fungsional, dapat meningkatkan permintaan buah tropika.

Selanjutnya dikemukakan penawaran suatu output ditentukan oleh harga output tersebut, teknologi yang digunakan, harga-harga dari input, harga barang lain. Memahami perilaku konsumen buah tropika merupakan informasi pasar yang sangat penting bagi sektor agribisnis terutama sebagai bahan masukan untuk merencanakan dan mengembangkan produk dan memasarkan buah dengan baik (Sudiyarto 2007).

Konsumsi buah per kapita per tahun pada tahun 2002 adalah sebesar 29,38 kg dan secara bertahap meningkat menjadi 40 kg tahun 2010 (Ditjenhort 2012). Kondisi tingkat konsumsi buah pada tahun 2015 mengalami penurunan hanya sebesar 33,42 kg/kapita/tahun (BPS 2016). Konsumsi buah masyarakat Indonesia masih rendah, di bawah standar WHO untuk buah sebesar 65,75 kg per kapita pertahun. Walaupun diakui kinerja produksi buah tropika Indonesia terus mengalami peningkatan, namun hingga kini belum mampu memenuhi kebutuhan buah domestik (Agro Media 2009).

Pada tahun 2011-2013, beberapa komoditas buah yang mengalami pertumbuhan konsumsi positif di atas 5% adalah mangga, alpukat, rambutan, duku, durian, nenas, pepaya, belimbing, semangka, melon, nangka, dan tomat buah. Sementara itu, beberapa komoditas buah yang mengalami pertumbuhan negatif di atas 5% adalah jeruk, kedondong, dan sawo. Upaya peningkatan konsumsi buah tropika pada sisi konsumen dapat dilakukan melalui peningkatan pendapatan dan daya beli masyarakat serta pengembangan dan promosi produk.

Perkiraan konsumsi 10 buah utama pada tahun 2015-2016 di Indonesia memberikan beberapa gambaran pokok sebagai berikut

(BPS 2016): (a) tingkat konsumsi buah tertinggi ditempati komoditas pisang, mencapai 6,02 kg/kapita/minggu (2015), namun menurun menjadi 5,89 Kg (2016), hal ini disebabkan buah pisang tersedia secara lokal di lahan pekarangan; (2) urutan kedua ditempati rambutan, tahun 2015 sebesar 8,88 kg/kapita/minggu (2015) atau menempati urutan pertama, namun menurun tajam menjadi hanya 4,38 kg (2016), hal ini lebih disebabkan turunnya produksi karena umur tanaman yang sudah tua dan kurang terawat lagi; (3) urutan ketiga ditempati jeruk sebesar 3,28kg/kapita/minggu (2015) dan meningkat menjadi 3,60 kg (2016), hal ini lebih disebabkan masuknya jeruk impor terutama dari China dan Pakistan; (4) urutan keempat ditempati pepaya dengan tingkat konsumsi 2,25 kg/kapita/minggu (2015) dan meningkat menjadi 2,85 kg (2016), terutama didorong peningkatan produksi dengan menanam klon unggul; dan (5) urutan kelima ditempati durian dengan konsumsi perkapita 2,74 kg/kapita/minggu (2015) menurun menjadi 1.10 kg (2016), terutama disebabkan produksi menurun karena umur tanaman tua dan kurang terawat dengan baik.

Hasil kajian Desfaryani et al. (2016) tentang permintaan buah-buahan rumah tangga di Provinsi Lampung memperoleh kesimpulan bahwa harga buah (baik harga sendiri maupun harga silang), pengeluaran, dan jumlah anggota rumah tangga terbukti ber-pengaruh terhadap permintaan buah-buahan. Berdasarkan nilai elastisitas harga sendiri diketahui bahwa secara umum semua buah memiliki nilai elastisitas permintaan yang inelastis. Nilai elastisitas harga silang menunjukkan bahwa ada buah yang memiliki hubungan substitusi atau komplementer antar masing-masing buah. Pada semua jenis buah memiliki elastisitas pendapatan yang bertanda positif. Buah jeruk dan duku memiliki nilai elastisitas pendapatan yang elastik, sedangkan buah lainnya memiliki nilai elastisitas pendapatan yang inelastis, tapi mendekati satu.

Kiloes (2013) mengungkapkan bahwa atribut kesegaran dianggap paling penting oleh konsumen jeruk, diikuti rasa, harga, warna, tekstur, aroma, dan ukuran. Dari analisis persepsi konsumen terhadap atribut-atribut produk buah jeruk diperoleh informasi bahwa atribut rasa, kesegaran, dan aroma dari jeruk lokal lebih unggul bersaing jika dibandingkan jeruk impor. Sementara itu, atribut harga, ukuran, warna, dan tekstur masih kalah bersaing jika dibandingkan jeruk impor. Secara keseluruhan menunjukkan jeruk impor masih lebih unggul bersaing jika dibandingkan jeruk

lokal. Temuan ini menunjukkan permasalahan mutu masih merupakan persoalan mendasar dalam pengembangan buah tropika berorientasi ekspor.

Hasil kajian Yuliastuti et al. (2014) dengan analisis permintaan dinamis dengan menggunakan pendekatan model *error correction-linear approximation almost ideal demand system* menunjukkan bahwa preferensi masyarakat konsumen terhadap buah lokal yang sebagian besar merupakan buah tropika, beberapa jenis buah masih lebih baik dibandingkan buah impor. Preferensi konsumen dari yang tertinggi secara berturut-turut adalah pisang lokal, jeruk lokal, pepaya, jeruk impor, apel impor dan terakhir pir impor. Faktor utama yang memengaruhi permintaan jeruk mandarin di Pasar Johar Kota Semarang adalah faktor pendapatan dan harga (Alfauzan et al. 2015). Permasalahan daya beli konsumen dan efisiensi produksi buah domestik harus mendapatkan perhatian serius, jika tidak maka buah tropika Indonesia dapat terus terdesak dengan membanjirnya buah impor.

Permintaan pasar ekspor buah tropika dari luar negeri menunjukkan tren yang terus meningkat. Ekspor mangga dan manggis masih berpeluang besar untuk terus ditingkatkan karena hingga kini belum dibatasi kuota negara tujuan. Hingga kini permintaan buah tropika, seperti mangga dan manggis belum dapat dipenuhi seluruhnya karena sebagian besar berasal dari kebun rakyat yang belum diusahakan dengan sistem perkebunan dengan menerapkan SPO dan GAP, sebagian besar masih diusahakan secara tradisional, serta masih lemahnya koordinasi kelembagaan rantai pasok. Penerapan SPO, GAP, GHP, penanganan dalam pengapalan (*shipment*), serta promosi produk harus dilakukan dengan baik agar produk buah tropika yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen.

Kinerja Ekspor Buah Tropika

Secara empiris, Indonesia hingga saat ini belum mampu memanfaatkan potensi yang besar tersebut secara maksimal. Kemauan politik dari pemerintah terhadap buah tropika masih rendah menjadi salah satu penyebab terjadinya pelambatan kinerja pengembangan buah tropika nasional (Dimiyati 2014). Akhir-akhir ini pasar buah domestik mendapatkan tekanan buah impor, berbagai produk buah-buahan baik subtropika maupun tropika impor sudah membanjiri pasar dalam negeri hingga ritel-ritel tradisional. Buah impor mempunyai

karakteristik mutu yang seragam dan *shelf-life* lebih lama, yang menjadikan daya saingnya di pasar menjadi lebih besar (Wagiono dan Firdaus 2009). Kondisi ini tidak hanya merugikan bagi Indonesia dalam perspektif pemborosan devisa negara, tetapi juga dalam pendayagunaan sumber daya domestik yang berpotensi untuk memecahkan masalah pengangguran dan kemiskinan.

Indonesia secara berpotensi menjadi negara eksportir komoditas buah tropika. Namun, hingga saat ini Indonesia hanya mampu memasok kurang dari 10% pasar hortikultura Singapura. Selain itu, permintaan nanas dan pisang dari Jepang dan Korea, serta permintaan salak dan manggis dari China belum mampu terpenuhi (Puspitasari dan Prabawati 2014). Kenyataan tersebut menunjukkan bahwa Indonesia belum mampu memanfaatkan peluang pasar internasional yang sangat besar, khususnya dengan beberapa negara yang sudah terikat kerja sama perdagangan ACFTA (*Asean-China Free Trade Area*), meskipun tarif bea masuknya sudah 0%.

Dalam hal perdagangan buah tropika, terdapat beberapa negara pesaing utama yang memiliki potensi sumber daya alam relatif sama dengan Indonesia, yaitu Malaysia, Thailand, dan Vietnam. Persaingan tidak hanya terjadi dalam memperebutkan pasar dari produk buah tropika di negara tujuan, namun persaingan juga terjadi di pasar domestik sendiri dimana produk buah tropika dari negara lain masuk ke pasar dalam negeri.

Siregar (2009) mengungkapkan kinerja ekspor dapat ditinjau dari laju pertumbuhan (volume dan nilai) ekspor. Selanjutnya diungkapkan bahwa laju pertumbuhan ekspor yang tinggi hanyalah merupakan satu sisi keberhasilan pengembangan ekspor suatu negara. Selain laju pertumbuhan ekspor, hal lain yang harus mendapatkan perhatian adalah tingkat diversifikasinya, baik diversifikasi produk buah tropika maupun diversifikasi tujuan pasar ekspornya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengembangan buah tropika berorientasi ekspor dapat dikatakan berhasil jika laju pertumbuhan ekspornya tinggi, komposisi ekspornya tidak hanya didominasi jenis buah tropika tertentu, dan tujuan ekspornya tidak hanya ke negara tertentu.

Secara umum perbandingan antara produksi dan ekspor buah manggis, mangga, durian, pepaya, dan pisang dapat dilihat bahwa jumlah yang diekspor hanya sebagian kecil. Ekspor buah manggis paling tinggi selama periode (2008-2012) atau dengan pangsa 12,03% dari

total produksinya. Indonesia menjadi eksportir nanas kaleng terbesar di dunia, meskipun dari sisi nilai masih relatif kecil yaitu sekitar US\$ 200 juta, sedangkan untuk buah-buahan lainnya angka ekspornya masih dibawah 1% setiap tahunnya (Puspitasari dan Prabawati 2014). Beberapa negara yang merupakan tujuan pasar utama adalah China, Taiwan, Hongkong, dan Singapura (Saptana et al. 2005; Puspitasari dan Prabawati 2014). China merupakan pasar ekspor yang potensial bagi negara penghasil buah tropika. Konsumsi buah penduduk di China mencapai 149kg/kapita/tahun, dua kali lebih tinggi dari standar FAO 69,09 kg/kapita (FAO 2009).

Manggis merupakan primadona ekspor buah tropika dengan tujuan pasar utama ke China, Taiwan, Hongkong, Singapura. Manggis yang diekspor merupakan produksi dari Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Lampung, Bangka Belitung, dan Bali (Saptana et al. 2005; Kastaman 2007; Puspitasari dan Prabawati 2014). Sebagian besar ekspor manggis (80%) dari Indonesia berasal dari Jawa Barat, yang dihasilkan dari beberapa wilayah sentra produksi, seperti Tasikmalaya, Bogor, Sukabumi, dan Purwakarta. Pada daerah sentra produksi di Kabupaten Purwakarta terdapat petani yang telah mengusahakan tanaman manggis dalam bentuk perkebunan skala kecil hingga menengah, sedangkan kebun mangga banyak dijumpai di Kabupaten Indramayu, Majalengka, dan Cirebon.

Manggis yang dijuluki *the queen of fruit* merupakan buah yang paling banyak diminati dan digunakan sebagai "buah persembahan" bagi masyarakat Tionghoa (Saptana et al. 2005; Puspitasari dan Prabawati 2014). Potensi pasar manggis kini dan kedepan makin besar karena hasil riset yang menyatakan tentang manfaat buah manggis dan kulit manggis bagi kesehatan dan kecantikan manusia. Daging dan kulit manggis dapat diolah menjadi sirup, obat, dan bahan kosmetika. Hasil kajian Wulan (2015) mengungkapkan beberapa temuan penting terkait manfaat buah manggis, yaitu (a) salah satu tanaman yang banyak digunakan dalam memperbaiki gangguan memori maupun disfungsi kognitif karena memiliki khasiat sebagai neuroprotektor; (b) ekstrak manggis mampu melindungi fungsi memori dengan cara menurunkan jumlah *reactive oksigen species* (ROS) berupa radikal bebas; (c) kulit buah manggis memiliki kandungan antioksidan paling banyak berupa senyawa *xanthone* yang memiliki kandungan mencapai 27 kali lebih banyak daripada kandungan pada daging buah;

dan (d) ekstrak kulit manggis mampu melindungi fungsi memori melalui penurunan kadar oksidan dalam otak, mencegah terjadinya kematian sel, dan melindungi fungsi sel-sel saraf atau neuroprotektif.

Volume ekspor buah Indonesia yang didominasi buah tropika pada kuartal satu tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 6,13% dibanding periode Januari-Maret 2017 lalu, karena ditopang pertumbuhan permintaan (BPS 2018). Semakin banyak tujuan negara ekspor buah tropika, sebelumnya ekspor hanya ke beberapa Negara tujuan, saat semakin banyak negara tujuan ekspor, di antaranya China, Taiwan, Jepang, Singapura, Malaysia, Thailand, Hongkong, MEE, Timur Tengah, dan Ukraina. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada periode Januari hingga Maret 2018 volume ekspor buah Indonesia sebesar 325.236 ton. Sementara periode yang sama pada tahun 2017, volume ekspor buah Indonesia tercatat sebesar 306.441 ton.

Ekspor manggis pada Januari hingga Februari 2018 sebesar 13.449 ton, pisang 4.526 ton, dan nanas sebesar 1.331 ton. Diperkirakan ekspor buah tropika Indonesia pada kuartal dua akan terus meningkat. Salah satu negara tujuan pasar baru adalah Ukraina. Meskipun begitu, buah produksi Indonesia masih diutamakan untuk memenuhi pasar buah domestik (Basith 2018). Upaya peningkatan ekspor buah tropika dapat dilakukan dengan peningkatan produktivitas, kualitas, produksi, keragaman jenis, kontinuitas pasokan, serta efisiensi dalam distribusi dan pemasaran.

KONSEP DAN KINERJA KELEMBAGAAN KEMITRAAN USAHA RANTAI PASOK BUAH TROPIKA UNGGULAN

Konsep Rantai Pasok, Manajemen Rantai Pasok, dan Rantai Nilai

Harland (1996) mendefinisikan manajemen rantai pasok (*supply chain management/SCM*) sebagai manajemen dari jaringan bisnis, mulai dari awal produksi sampai kepada pemenuhan permintaan barang dan jasa yang diinginkan konsumen akhir. Konsep SCM merujuk pada manajemen keseluruhan proses produksi, distribusi, dan pemasaran di mana konsumen dihadapkan pada produk yang sesuai dengan keinginannya dan produsen dapat memproduksi produk dengan jumlah, kualitas, waktu, dan lokasi yang tepat (Marimin dan Maghfiroh 2013; Ilham et al. 2015; Saptana dan Ilham, 2017).

Kajian rantai pasok dan manajemen rantai pasok buah tropika meliputi hal yang sangat luas, mulai dari titik awal sebelum proses produksi, proses produksi, proses inventori dan distribusi, sampai kepada konsumen.

Heizer dan Render (2010) mengemukakan manajemen rantai pasok sebagai integrasi aktivitas pengadaan bahan baku dan pelayanan, pengubahan barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan. Ling Li (2007) mendefinisikan manajemen rantai pasok sebagai sekumpulan aktivitas dan keputusan yang saling terkait untuk mengintegrasikan pemasok, manufaktur, gudang, jasa transportasi, pengecer dan konsumen secara efisien. Berdasarkan definisi *APICS Dictionary dalam* Lokollo (2012) manajemen rantai pasok dalam perspektif global adalah desain, perencanaan, eksekusi (pelaksanaan), kontrol, dan memonitor aktivitas rantai pasok dengan tujuan menciptakan nilai bersih, membangun infrastruktur yang kompetitif, memanfaatkan logistik di seluruh dunia, sinkronisasi penawaran dan permintaan dan mengukur performa secara global.

Indikator berhasilnya suatu pengelolaan rantai pasok khususnya untuk komoditas pertanian dikemukakan oleh Roekel et al. (2002) yakni: (1) meningkatnya margin dan pengetahuan pasar bagi produsen; (2) penurunan hilangnya produk selama penyimpanan dan transportasi; (3) meningkatnya kualitas produk; (4) meningkatnya keamanan produk pangan; (5) penjualan meningkat signifikan; (6) peningkatan nilai tambah produk yang dapat menghasilkan penerimaan. Mengacu pada pemikiran tersebut maka SCM itu dikatakan gagal jika tidak dapat memberikan manfaat kepada semua anggotanya. Akan tetapi, Roekel et al. (2002) belum menjelaskan bagaimana rantai pasok produk pertanian dapat dikelola secara efektif.

Terdapat 6 (enam) prinsip pengelolaan SCM yang efektif berdasarkan kemitraan usaha rantai pasok agribisnis yang berhasil (Collins et al. 2004). Jika prinsip-prinsip ini tidak diperhatikan, maka dapat menghalangi kemampuan sistem rantai pasok komoditas pertanian untuk bekerja dengan baik. Keenam prinsip tersebut adalah (Collins et al. 2004; Fizanty dan Kusnandar 2012): prinsip pertama, kemitraan usaha rantai pasok agribisnis difokuskan pada pelanggan atau konsumen. Standar kualitas produk perlu disesuaikan dengan dinamika permintaan pasar dan kebutuhan atau preferensi konsumen akhir. Oleh karena itu, umpan balik dari konsumen tentang penerimaan mereka terhadap produk menjadi sangat penting.

Prinsip kedua, kemitraan usaha rantai pasok agribisnis harus mampu menghasilkan produk buah tropika yang berkualitas. Prinsip kedua ini masih sangat berkaitan dengan prinsip pertama bahwa hanya dengan menerapkan standar kualitas dapat dihasilkan produk yang berkualitas sesuai dengan preferensi konsumen.

Prinsip ketiga, kemitraan usaha rantai pasok agribisnis harus dapat memastikan logistik dan distribusi berjalan secara efektif. Prinsip ketiga ini berkaitan dengan masalah distribusi dan logistik serta kondisi infrastruktur, sekaligus sebagai indikator kinerja rantai pasok dalam menangani produk. Aktivitas yang penting dalam logistik dan distribusi ini mencakup transportasi, penyimpanan, dan prasarana komunikasi dalam pengembangan rantai pasok yang efisien di negara berkembang.

Prinsip keempat, kemitraan usaha rantai pasok agribisnis haruslah memiliki informasi dan strategi komunikasi yang efektif. Prinsip keempat dari manajemen rantai pasok berkaitan dengan arus informasi dan komunikasi di sepanjang rantai pasok. Informasi adalah input utama dalam sistem pengambilan keputusan dalam manajemen rantai pasok pada produk buah tropika. Kurangnya akses informasi pasar telah ditemukan menjadi penyebab penting bagi meningkatnya produsen gurem di negara berkembang.

Prinsip kelima, kemitraan usaha rantai pasok agribisnis harus mampu membangun kerja sama yang efektif. Isu kritis yang dapat berdampak pada rantai pasok produk buah tropika adalah rendahnya kemampuan rantai pasok dalam membangun kerja sama yang efektif. Memahami permasalahan budaya petani dalam menerima umpan balik dari mitra bisnis mereka merupakan hal yang utama.

Prinsip keenam, kemitraan usaha rantai pasok agribisnis harus mampu menciptakan dan mendistribusikan nilai tambah secara adil. Keberhasilan dalam pengelolaan rantai pasok buah tropika sangat ditentukan prinsip-prinsip tersebut. Ketidakmampuan untuk memenuhi prinsip-prinsip manajemen rantai pasok tersebut dapat menyebabkan kegagalan dalam pencapaian tujuan kemitraan usaha rantai pasok agribisnis dan mengancam keberlanjutannya.

Kaplinsky dan Morris (2001) mengungkapkan analisis rantai nilai adalah kegiatan lengkap yang diawali dari perumusan konsep, kegiatan produksi, mengirimkan ke pelanggan melalui pedagang, pengolah, dan distributor hingga sampai ke konsumen akhir sehingga perusahaan memiliki keunggulan

kompetitif. Secara ringkas dapat dikatakan bahwa rantai nilai adalah seluruh kegiatan yang membentuk keseluruhan 'rantai' yang menghubungkan antara produsen dan konsumen dan tiap kegiatan menambahkan 'nilai' pada produk akhir (ACIAR 2012).

Gereffi et al. (2005) mengemukakan paling tidak terdapat tiga tahapan dalam analisis rantai nilai, yaitu (a) mengidentifikasi aktivitas rantai nilai, produsen atau perusahaan pengolah mengidentifikasi aktivitas rantai nilai yang harus dilakukan, mungkin perusahaan hanya terlibat dalam aktivitas tunggal, sebagian dari aktivitas, atau aktivitas keseluruhan; (b) mengidentifikasi faktor kunci sukses pada setiap aktivitas yang menciptakan nilai yang akan menjadi penentu dalam proses rantai nilai tersebut; dan (c) mengembangkan keunggulan kompetitif dengan *upgrading*, baik dalam bentuk *process up grading*, *functional up grading*, dan *chain up grading*. Dapat disimpulkan bahwa terdapat saling melengkapi antara konsep manajemen rantai pasok dengan analisis rantai nilai dan memiliki peluang untuk diterapkan pada produk buah tropika berorientasi ekspor.

Kinerja Kelembagaan Kemitraan Usaha Rantai Pasok Buah Tropika

Secara umum kinerja manajemen rantai pasok untuk produk buah dan sayur di sebagian besar negara berkembang masih rendah. Hasil kajian tentang manajemen rantai pasok buah dan sayur di India yang dilakukan oleh Rais dan Sheoran (2015) serta kasus manajemen rantai pasok nanas di Ghana (2016) menunjukkan masih banyaknya kelemahan manajemen rantai pasokan saat ini yang antara lain ditunjukkan biaya tata niaga yang tinggi, penurunan kualitas, serta fasilitas infrastruktur yang buruk. Kondisi ini tidak jauh berbeda dengan beberapa kasus yang terjadi di daerah-daerah sentra produksi buah dan sayur di Indonesia. Salah satu negara berkembang yang telah berhasil dalam menerapkan sistem manajemen rantai pasok untuk komoditas *tamarin*, *longan* (lengkeng), *guava* (jambu biji), *coconut* (kelapa), *rambutan*, *dragon fruit* (buah naga), *pamelo*, *mengosteen* untuk memasuki sistem perdagangan modern ke pasar India dan negara-negara tujuan lainnya adalah Thailand (2016).

Hasil kajian Saptana et al. 2005 tentang kelembagaan kemitraan rantai pasok pola kontrak pemasaran pada komoditas buah manggis antara PT Yuda Mustika dengan kelompok tani di Kabupaten Tasikmalaya dan Purwakarta, Jawa Barat, memberikan beberapa temuan sebagai berikut: (a) aturan main yang

tertuang dalam kontrak dibuat berdasarkan kesepakatan bersama; (b) kontrak pemasaran dilakukan antara pemasok dengan perusahaan mitra dan antara kelompok tani manggis dengan PT Yuda Mustika merupakan perusahaan ekspor-impor buah-buahan yang berkedudukan di Jakarta; (c) pemasok maupun kelompok tani membeli manggis dari petani secara berturut-turut dilakukan secara ijon, tebasan, dan timbang per unit. Dengan adanya kemitraan rantai pasok telah berdampak pada pemeliharaan pohon manggis yang lebih intensif, produktivitas meningkat, dan harga manggis lebih stabil. Namun, sistem panen secara ijon dan tebasan menyebabkan buah dipanen tidak matang di pohon sehingga kualitas yang memenuhi pasar ekspor terbatas, yaitu hanya sekitar 15-20%.

Dalam kontrak tersebut tertuang hak dan kewajiban masing-masing pihak yang bermitra. Kewajiban kelompok tani adalah (Saptana et al. 2005; Saptana dan Daryanto, 2013): (a) menginventarisasi anggota kelompok dan pohon manggis; (b) melakukan budi daya tanaman manggis sesuai rekomendasi; (c) menetapkan jadwal panen dan mengumpulkan manggis dari petani saat panen tiba; (d) melakukan sortir dan *grading* bersama petugas lapang perusahaan (*grader*); (e) menjual manggis kepada perusahaan mitra sesuai kualitas dan harga jual yang telah disepakati; (f) membayar pinjaman modal dengan cara dipotong dari hasil penjualan manggis.

Hak anggota kelompok tani mitra adalah (a) memperoleh pinjaman modal baik untuk membeli sarana produksi maupun kebutuhan sehari-hari; (b) mendapatkan jaminan pasar sesuai standar kualitas yang telah disepakati; (c) memperoleh harga sesuai harga yang disepakati yang dalam penetapannya didasarkan harga ekspor; (d) menerima pembayaran melalui transfer bank segera setelah barang diterima perusahaan mitra; dan (e) kelompok tani memperoleh *fee* untuk tiap kilogram manggis yang disetorkan sebesar Rp100,00/kg untuk pengembangan kelompok tani, pelaksana operasional di lapang, dan insentif pengurus kelompok tani.

Hasil kajian Deveriky et al. (2015) menyimpulkan bahwa efektivitas kinerja manajemen rantai pasok buah manggis di Kelompok Tani Kanagarian Sungai Talang, Kabupaten 50 Kota, Sumatera Barat masih rendah. Hal ini dapat ditunjukkan kinerja keandalan rantai pasok dan responsivitas rantai pasok masih rendah masing-masing dengan nilai 30,60 dan 11,50. Dari indikator biaya rantai pasok sangat kurang hanya dengan nilai 1,21

yang berarti masih rendah atau belum ditangani secara baik. Sementara itu, dari indikator kunci kritis adalah 0,681 yang berarti petani mengeluarkan biaya relatif besar terhadap penerimaannya.

Pasar buah manggis hingga saat ini masih terbuka lebar, baik untuk pasar domestik maupun ekspor. Volume dan nilai ekspor manggis Indonesia pada MH cukup besar, yaitu berkisar antara 200-350 ton per bulan, dengan nilai sebesar 250-350 ribu US\$, sedangkan pada MK hanya 40-90 ton per bulan. Beberapa negara tujuan pasar utama buah manggis adalah Hongkong dengan volume 4.242 ton (48,52%), China 3.463 ton (39,61%), Vietnam 791 ton (9,04%), Uni Emirat Arab 359 ton (4,10%), dan Arab Saudi 101 ton (1,16%) dari total ekspor 8.742 ton (BPS 2005). Berdasarkan informasi dari pedagang di beberapa daerah sentra produksi ekspor juga dilakukan untuk Singapura, Taiwan, dan Jepang, bahkan hingga Perancis dan Belanda dalam volume yang masih terbatas.

Pada tahun 2005 di Kabupaten Majalengka dirintis pengembangan kemitraan usaha antara Asosiasi Produsen Mangga (gabungan kelompok-kelompok tani) dengan perusahaan ekspor-impor komoditas buah-buahan yaitu PT Indofresh yang berkedudukan di Tanjung Priok, Jakarta Utara. Kemitraan usaha ini berjalan berkat mediasi dan fasilitasi dari Direktorat Jenderal Hortikultura dan Dinas Pertanian Kabupaten Majalengka.

Mekanisme aturan main dibuat berdasarkan kesepakatan bersama dalam bentuk MoU atau kontrak secara tertulis. Kontrak kerja sama telah ditandatangani di Jakarta, diketahui oleh Ditjen Bina Produksi Hortikultura. Dalam kontrak disepakati mengenai jenis dan waktu kerja, tugas pengawas pekerjaan, kewajiban pihak yang terlibat, kualitas buah (penampilan fisik, tingkat kematangan, dan ukuran buah), harga pembelian (termasuk adanya harga minimum pembelian), tata cara pembayaran, serta pembatalan pekerjaan (sanksi) (Saptana et al. 2005).

Kinerja kelembagaan kemitraan rantai pasok melalui sistem *Contract Marketing* antara PT Indofresh sebagai perusahaan mitra dengan Asosiasi Petani Mangga sebagai petani mitra menunjukkan kinerja hasil yang positif. Petani mangga gedong memperoleh manfaat secara luas dalam bentuk jaminan pasar dan kepastian harga, bimbingan teknis budi daya dan manajemen penanganan pascapanen, akses kredit, pembagian risiko, serta kesempatan kerja dan peningkatan pendapatan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sulistyowati et al. (2015) tentang rantai pasok mangga untuk tujuan pasar ekspor dan kolaborasi diantara pelaku kemitraan di Kabupaten Cirebon menunjukkan bahwa rantai pasok mangga untuk ekspor bisa dari petani langsung ke eksportir, petani melalui kelompok tani baru ke eksportir, dan petani ke pedagang pengumpul baru ke eksportir. Pada aliran uang terdapat kendala lambatnya pembayaran ke petani serta terjadinya asimetris pada aliran informasi. Dalam kemitraan masing-masing pelaku belum menjalankan peran sesuai fungsinya secara optimal sehingga terjadi konflik dan dilema yang terkait standar kualitas, tenggang waktu pembayaran serta bantuan modal, yang berdampak pada kolaborasi yang belum berjalan dengan baik.

Kinerja kelembagaan kemitraan usaha rantai pasok komoditas buah manggis yang berlaku antara kelompok tani/STA dengan *suplyer*, *supermarket*, hotel/restoran atau dengan *buyer* di luar negeri di Kecamatan Pupuan, Kabupaten Tabanan, dengan petani manggis cukup baik. Mekanisme aturan main yang dijalankan antara STA Sari Buah dengan eksportir dan supermarket adalah (Saptana et al. 2005; Saptana dan Daryanto 2013): (1) STA melakukan kontrak pengadaan manggis yang memenuhi syarat kuantitas, kualitas, dan kontinyuitas; (2) apabila STA tidak mampu mengirim manggis sesuai kontrak maka pihak eksportir atau supermarket memiliki kebebasan untuk pengadaan dari pihak lain; dan (3) sistem pembayaran <Rp300.000,00 dilakukan secara tunai dan >Rp300.000,00 ditangguhkan sampai dengan 14 hari dan pembayaran dilakukan dengan menggunakan *bilyet giro*.

Paling tidak ada 4 (empat) manfaat yang didapat petani dalam kemitraan usaha ini, yaitu: (1) adanya jaminan pasar baik pasar domestik maupun ekspor; (2) harga pembelian untuk komoditas manggis oleh eksportir dan STA dari petani sesuai dengan harga pasar yang mengacu harga ekspor; (3) petani dapat menjual langsung ke eksportir dan STA atau melalui pedagang pemasok (*supplier*) yang penting memenuhi standar kualitas yang ditentukan, dan (4) Pembayaran kepada petani dilaksanakan secara tunai atau *bilyet giro*.

Hasil kajian yang dilakukan Tarigan et al. (2013) tentang manajemen rantai nilai jeruk madu di Desa Barus Jahe, Kecamatan Barus Jahe, Kabupaten Karo, Sumatera Utara mengungkapkan beberapa hal pokok sebagai berikut: (1) Terdapat 3 pola rantai nilai komoditas buah jeruk madu, yaitu: (a) saluran I : petani - pedagang pengumpul - pasar -

konsumen, (b) saluran II : petani - pasar - pedagang pengecer - konsumen, dan (c) saluran III : petani - pedagang pengumpul - pedagang pengecer - luar kota; (2) Sumbangan atau pangsa keuntungan di tiap-tiap saluran berbeda-beda. Makin panjang rantai pemasaran, makin banyak jenis dan besarnya biaya tata niaga; dan (3) Manajemen rantai nilai di daerah penelitian sudah berjalan dengan baik, meskipun distribusi manfaat belum sepenuhnya adil.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Amir et al. (2014) tentang analisis manajemen rantai pasok komoditas pisang mas kirana kasus pada Asosiasi Petani Pisang Mas Sridonoretno, Kecamatan Dampit, Kabupaten Malang, menunjukkan bahwa (1) kondisi rantai pasok pisang mas kirana yang menyangkut aliran barang, aliran uang, dan aliran informasi termasuk dalam kategori baik; (2) kinerja KUB (kelompok usaha bersama) terbaik adalah KUB Tani Maju dan KUB Sekar Rindu (100%), selanjutnya kinerja CV Sukadana memiliki nilai 90.5%, dan kinerja KUB terendah adalah KUB Tugu Sari (20%); (3) rata-rata semua pihak merasa percaya, memiliki komitmen sangat baik, sering melakukan komunikasi, merasa puas, dan sangat tergantung terhadap kinerja mitranya, dan (4) perumusan prioritas masing-masing tingkatan dalam pengukuran kinerja rantai pasok pisang mas Kirana menunjukkan bahwa yang menjadi prioritas pertama di setiap tingkatan adalah proses pengadaan, atribut reliabilitas, dan indikator pemenuhan pesanan sempurna.

Hasil kajian yang dilakukan oleh Prihatiningtyas et al. (2015) tentang analisis peningkatan kualitas pada rantai pasok buah pepaya di Bogor (Jawa Barat) dan Tangerang, (Banten) diperoleh temuan sebagai berikut: (a) rantai pasok pepaya calina terdiri atas petani, *processor*, retail, dan konsumen; (b) tiga hasil atribut utama keinginan konsumen adalah rasa manis, warna daging merah, dan tekstur daging buah lembut; (c) aktivitas rantai pasok yang memiliki tingkat kepentingan paling tinggi adalah teknik budi daya, terutama pemeliharaan tanaman; dan (d) adanya dua atribut yang mengalami ketidaksesuaian mutu, yaitu pepaya memar dan terserang hama-penyakit. Penyebabnya adalah bahan baku, manajemen, tenaga kerja, lingkungan, mesin, dan metode penanganan yang digunakan. Prioritas tertinggi yang dapat dipilih sebagai alternatif strategi pengembangan pepaya calina adalah peningkatan kapasitas produksi, kualitas produk, jaminan keamanan, serta memperluas jaringan distribusi dan pemasaran. Pasar

modern, konsumen institusi (hotel, rumah sakit, dan restaurant), serta pasar ekspor harus mulai digarap secara serius.

Hasil kajian Slamet (2016) tentang analisis nilai tambah dan penentuan metrik pengukuran kinerja rantai pasok pepaya calina dengan melakukan studi kasus di PT Sewu Segar Nusantara diperoleh temuan bahwa rantai pasok pepaya calina terdiri atas petani mitra, PT SSN, pengecer (*ritel*) atau pasar tradisional. Hasil kajian menunjukkan bahwa nilai tambah merupakan aspek penting yang memengaruhi kinerja rantai pasok pepaya calina karena memberikan kontribusi terhadap masing-masing anggota rantai pasok dalam menghantarkan kepuasan kepada konsumen. Perusahaan memberikan nilai tambah sebesar 53,58% untuk merek Sunpride dan 55,56% untuk merek Sunfresh. Petani mendapatkan keuntungan sebesar 57,74%, *ritel* mendapatkan keuntungan 36%, dan pengecer pasar tradisional sebesar 7%. Melalui desain metrik pengukuran kinerja diperoleh informasi bahwa indikator yang paling berpengaruh dalam menentukan *sustainable supply chain* adalah kualitas. Hal ini disebabkan kualitas mampu menghantarkan kepuasan kepada konsumen dan dalam jangka panjang mampu menciptakan loyalitas konsumen.

Hasil kajian Sari et al. (2018) terkait rantai pasok nanas madu di Kabupaten Pemalang diperoleh temuan sebagai berikut: (a) Rantai pasok nanas madu terdiri atas subsistem hulu, *on farm*, dan hilir. Subsistem hulu meliputi pemasok pupuk dan perangsang pembungaan, subsistem *on farm* meliputi petani, dan subsistem hilir meliputi pedagang pengepul, pedagang besar, pedagang pengecer luar kota, pedagang pengecer kabupaten, dan pedagang pasar; (b) Aktivitas fisik yang dilakukan pelaku rantai pasok nanas madu meliputi kegiatan budi daya, pengupasan, pengemasan, pengepakan, penyimpanan, dan pengangkutan; (c) Aktivitas pertukaran terdiri dari kegiatan penjualan dan pembelian; dan (d) Aktivitas fasilitas yang mendukung rantai pasok adalah sortasi dan grading.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Putra et al. (2016) tentang analisis ketelusuran rantai pasok hortikultura berorientasi ekspor dengan menggunakan metode SCOR diperoleh kesimpulan bahwa masalah ketelusuran terbanyak terjadi pada eksportir dengan permasalahan utama pada proses manajemen sumber (*source*) dan pembuatan (*make*) dengan 6 dan 5 kendala. Hasil SCOR tahap 2 berkaitan dengan identifikasi kendala tahap 1 menunjukkan bahwa proses pencatatan dan sarana yang berkaitan dengan ketelusuran

belum dilakukan dengan baik pada perencanaan dan tindakan proses manajemen sumber (*source*) serta pembuatan (*make*). Oleh karena itu, diperlukan solusi pencatatan informasi dengan menggunakan manajemen profesional dan teknologi maju. Sistem ketelusuran berkaitan erat dengan penggunaan teknologi RFID (*radio frequency identification*) yang sering digunakan dalam bidang ketelusuran dan manajemen rantai pasok (Priya et al. 2011; Yuniaristanto 2010).

PERMASALAHAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN BUAH TROPIKA

Permasalahan Pengembangan Buah Tropika

Beberapa karakteristik sosial ekonomi petani yang menjadi penghambat pengembangan buah tropika Indonesia adalah (Sumarno 2003, 2014): (a) petani buah tidak memiliki lahan khusus untuk memproduksi buah; (b) tanaman buah yang diusahakan petani sebagian berasal dari kecambah biji (*seedling*); (c) petani buah sering melakukan penjualan buah dengan sistem ijon atau tebasan kepada penebas; (d) petani tidak punya kontrol terhadap sistem panen yang dilakukan oleh penebas; (e) petani atau penebas terpaksa harus mepanen awal karena alat transportasinya secara curah; (f) buah dipanen awal oleh petani pemiliknya karena petani memerlukan dana tunai secepatnya; (g) buah dipanen awal karena khawatir dicuri orang; (h) petani tidak mengelola tanaman buah secara optimal, tanpa pemupukan, pengairan, dan pengendalian hama-penyakit dikarenakan petani tidak mempunyai modal; dan (i) petani memandang tanaman buah sebagai tanaman sambilan atau hobi, tanaman pemenuh atau tanaman penyerta sehingga tidak dipelihara secara intensif.

Secara umum permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan agribisnis komoditas hortikultura tercakup buah tropika Indonesia adalah belum terwujudnya ragam, kuantitas, kualitas, dan kesinambungan pasokan yang sesuai dengan dinamika permintaan pasar dan preferensi konsumen (Saptana et al. 2005; Saptana dan Daryanto 2013). Permasalahan tersebut nampak nyata untuk produk buah tropika untuk tujuan pasar konsumen institusi, pasar modern, dan ekspor. Hal tersebut berkaitan dengan beberapa permasalahan pokok sebagai berikut: (1) pola pemilikan lahan yang sempit dan tersebar, sistem pengembangan kawasan sentra produksi yang belum kompak; (2) lemahnya permodalan petani, sedangkan usaha bisnis buah tropika

sesungguhnya bersifat padat modal; (3) rendahnya penguasaan teknologi pada berbagai kegiatan usaha, baik pembibitan, budi daya, serta teknologi panen dan pascapanen menyebabkan produktivitas dan mutu produk buah tropika rendah; (4) panen buah tropika yang bersifat musiman dan jarak antara sentra produksi dan pusat konsumsi yang relatif jauh menyebabkan harga cenderung fluktuatif; (5) lemahnya koordinasi kelembagaan antarpelaku rantai pasok buah tropika, baik di tingkat petani, pelaku tata niaga, industri pengolahan, dan kegiatan penunjang menyebabkan kurangnya keterpaduan produk dan antarpelaku; dan (6) lemahnya sistem koordinasi antarkelembagaan pemerintah, kelembagaan komunitas petani, serta kelembagaan pasar menyebabkan berbagai program pengembangan buah tropika Indonesia belum berjalan secara efektif; serta (7) kurangnya kandungan jiwa kewirausahaan pelaku rantai pasok dalam memanfaatkan peluang pasar, baik pasar lokal, regional maupun ekspor.

Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan komoditas buah tropika berorientasi ekspor harus mampu menciptakan pertumbuhan yang inklusif, yaitu pertumbuhan yang disertai dengan pemerataan (*growth with equity*) atau pertumbuhan yang berkualitas (*quality economic growth*). Kelembagaan kemitraan usaha rantai pasok dapat dipandang sebagai salah satu strategi pembangunan yang dapat memadukan antara pertumbuhan ekonomi dan pemerataan kesempatan kerja.

Strategi pengembangan buah tropika berorientasi ekspor dapat dilakukan dengan lima langkah berikut: (1) kelembagaan kemitraan usaha rantai pasok harus dapat memadukan kebijakan makro ekonomi dan kegiatan mikro ekonomi serta mensinergikan antara pelaku usaha rantai pasok besar (perusahaan mitra) dan pelaku usaha kecil (petani mitra); (2) kelembagaan kemitraan usaha rantai pasok harus mampu menggali sumber-sumber pertumbuhan produktivitas melalui penggunaan bibit/benih klon unggul, teknologi budi daya yang didasarkan SOP dan penerapan GAP; (3) penerapan *good handling practices* (GHP) dalam penanganan pascapanen; (4) wirausahawan profesional dan tenaga kerja cakap sehingga muncul inovasi-inovasi baru dan dapat bertindak sebagai agen perubahan di kawasan sentra produksi buah tropika; dan (5) kemitraan usaha adalah sumber pertumbuhan baru melalui pencapaian efisiensi dengan

mengedepankan keterpaduan proses produk dan antarpelaku usaha rantai pasok.

Secara operasional strategi tersebut dapat dilakukan melalui langkah-langkah berikut: *pertama*, perlu dibentuknya pola kelembagaan kemitraan usaha rantai pasok secara terpadu dengan tetap memperhatikan spesifikasi lokasi, jenis komoditas, dan tujuan pasar, di mana semua pihak yang tercakup harus mampu berdampingan secara serasi yang bersifat saling membutuhkan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan. Dalam membangun kelembagaan kemitraan usaha rantai pasok yang harmonis diperlukan adanya saling berkontribusi dan koordinasi yang efektif dari berbagai pihak yang bermitra. Perlu adanya keterpaduan antarpelaku dari hulu hingga hilir dan keterpaduan proses produk guna mencapai efisiensi dan daya saing secara berkelanjutan guna menembus pasar ekspor.

Kedua, pentingnya pemberdayaan kelembagaan kelompok tani dan petani mitra buah tropika. Untuk memberdayakan petani, tahap awal yang harus dilakukan adalah membentuk kelembagaan kelompok petani, gabungan kelompok tani, atau asosiasi komoditas buah tropika. Dalam konteks pengembangan kelembagaan kemitraan usaha rantai pasok komoditas buah tropika yang berdaya saing, pendekatan kelompok komoditas buah tropika dipandang lebih relevan. Dalam perkembangannya kelompok komoditas buah tropika tersebut dapat diwadahi dalam kelembagaan gabungan kelompok tani atau asosiasi komoditas buah tropika tertentu. Kelompok petani sangat berpotensi menggerakkan dan memberdayakan ekonomi rakyat berbasis buah tropika yang dapat mengakses pasar, baik pasar tradisional, pasar modern, konsumen institusi, dan ekspor. Untuk itu, kelembagaan kemitraan usaha rantai pasok komoditas buah tropika unggulan dalam perwujudannya ke depan harus memperkuat peran kelompok tani dan petani skala kecil. Konsolidasi kelembagaan kelompok tani mencakup baik dari aspek keanggotaan, teknik budi daya dan penanganan pascapanen, manajemen administrasi dan keuangan, serta sistem koordinasi, baik secara internal maupun dengan perusahaan mitra.

Ketiga, pentingnya menjalin kelembagaan kemitraan usaha rantai pasok buah tropika dengan perusahaan swasta dan atau perusahaan eksportir sebagai inti yang memiliki jiwa kewirausahaan (inovatif), profesional, jiwa membangun masyarakat, dan memiliki akses pasar ekspor secara luas. Keterkaitan dan kerja sama dengan pihak swasta dapat terjalin

dengan baik, bila terdapat hubungan yang bersifat saling membutuhkan, memperkuat dan menguntungkan dalam mendukung ekspor komoditas buah tropika unggulan.

Keempat, mengoptimalkan peran lembaga keuangan (bank) sebagai lembaga yang membantu pembiayaan (kredit) untuk petani dan perusahaan seperti yang dijumpai pada kemitraan komoditas buah manggis di Kabupaten Tasikmalaya dan Purwakarta, Jawa Barat, dan komoditas mangga di Kabupaten Majalengka, Jawa Barat. Bank dapat membantu petani dan perusahaan dalam mendapatkan kredit dengan prosedur dan persyaratan yang mudah, di mana perusahaan swasta (inti) dapat bertindak sebagai avalis. Partisipasi bank dalam kegiatan ini mutlak diperlukan dalam rangka membiayai kegiatan sektor riil, mendorong ekspor, dan pertanggungjawaban bank kepada publik (petani rakyat).

Kelima, pemerintah seyogianya mendukung kelembagaan kemitraan usaha rantai pasok komoditas buah tropika berorientasi ekspor. Kebijakan-kebijakan yang mendukung, antara lain adalah (a) penerapan hukum dan peraturan yang tidak menghambat pengembangan usaha tani dan rantai pasok komoditas buah tropika; (b) dukungan dan perlindungan sistem hukum secara legal dan efisien; (c) pengembangan dan perbaikan infrastruktur pendukung di perdesaan, terutama jalan usaha tani dan jalan desa, tempat penampungan hasil (TPH), pergudangan berpendingin, serta sarana transportasi; (d) perlindungan petani dari eksploitasi oleh pihak perusahaan dan dalam kerangka meningkatkan rebut tawar petani; (e) pendidikan dan advokasi kepada petani untuk berkomitmen dalam melaksanakan kontrak kerja sama; dan (f) kebijakan yang bersifat proteksi terhadap produk buah impor dan kebijakan promosi ekspor untuk buah tropika unggulan sepanjang masih dalam kerangka kesepakatan WTO (*World Trade Organisation*).

PENUTUP

Dalam membangun kelembagaan kemitraan rantai pasok buah tropika yang berdaya saing yang berorientasi ekspor diperlukan peningkatan kinerja produksi dan rantai pasok produk buah tropika. Sudah barang tentu dalam strategi pengembangannya perlu adanya penyesuaian-penyesuaian yang bersifat spesifik lokasi, jenis komoditas, mutu produk, segmen dan tujuan pasar, ataupun pola kelembagaan kemitraan usaha rantai pasok yang dipilih.

Mutu menentukan daya saing dan kemampuan produk buah tropika menembus, meningkatkan volume, dan memperluas pasar ekspor. Manajemen mutu buah tropika di Indonesia selama ini masih dilakukan hanya dengan memilah (*grading*) belum dilakukan dengan manajemen mutu dan standar kualitas yang lengkap. Hal ini banyak ditemukan pada kasus komoditas buah tropika, seperti mangga, manggis, jeruk, pisang, pepaya, dan nenas. Manajemen mutu merupakan suatu dokumen yang disusun dan di dalamnya berisi acuan manajemen mutu dengan kualitas yang tepat. Dengan demikian, manajemen mutu untuk produk buah tropika merupakan suatu cara dalam melakukan penanganan mutu dalam keseluruhan jaringan rantai pasok yang ditujukan untuk memuaskan pelanggan atau konsumen.

Salah satu kendala utama yang dihadapi petani produsen adalah faktor musim dalam memenuhi pasok produk buah tropika secara kontinyu ke pasar. Hal ini banyak ditemukan pada berbagai komoditas buah tropika, seperti mangga, manggis, dan jeruk. Di sisi lain, pasar cenderung menuntut adanya pasokan yang kontinyu untuk dapat berjalan dengan baik. Apabila pengaruh musiman begitu dominan, perlu diupayakan untuk mengambil langkah-langkah, seperti pengembangan budi daya di luar musim melalui rekayasa genetika dan teknik budi daya, melakukan upaya pengadaan *stock* produk, dan melakukan diversifikasi produk buah tropika yang dicakup dalam kontrak, sehingga dapat dilakukan mekanisme substitusi antar produk buah tropika. Pihak perusahaan mitra (PM) dalam pemasaran produk perlu menyediakan fasilitas gudang dan atau gudang berpendingin (*coldstorage*), alat dan mesin penanganan pascapanen, moda transportasi atau alat transportasi yang memenuhi syarat sepanjang rantai pasok produk buah tropika.

Terdapat 6 (enam) prinsip pengelolaan SCM buah tropika yang efektif, yaitu (1) difokuskan pada kepuasan kepada pelanggan atau konsumen, (2) menghasilkan produk yang berkualitas sesuai dinamika permintaan pasar, segmen pasar, dan preferensi konsumen, (3) memastikan logistik dan distribusi buah tropika berjalan secara efektif, (4) strategi informasi dan komunikasi antarpelaku rantai pasok yang efektif, (5) membangun kelembagaan kerja sama rantai pasok melalui koordinasi yang efektif, dan (6) penciptaan nilai tambah dan berbagi nilai secara adil diantara pelaku rantai pasok.

Pihak-pihak yang menjalin kelembagaan kemitraan usaha rantai pasok buah tropika dapat dipastikan mengharapkan adanya nilai tambah yang diperoleh dari kegiatan kemitraan tersebut sesuai kontribusinya masing-masing. Dengan meningkatnya nilai tambah, maka dapat menciptakan insentif bagi masing-masing pihak untuk terus meningkatkan kinerjanya. Berbagai cara dapat dilakukan untuk memperoleh peningkatan nilai tambah, yaitu menciptakan nilai tambah meliputi aspek fisik, institusi, dan kreativitas.

Strategi pengembangan kelembagaan manajemen rantai pasok komoditas buah tropika secara terpadu, paling tidak terdapat 10 aspek penting yang perlu dipertimbangkan: (1) membangun manajemen rantai pasok komoditas buah tropika berorientasi ekspor harus dilakukan melalui proses sosial yang matang; (2) pentingnya membangun saling kepercayaan diantara pelaku rantai pasok produk buah tropika; (3) perencanaan dan pengaturan produksi komoditas buah tropika; (4) pentingnya pemahaman terhadap jaringan rantai pasok hulu-hilir untuk masing-masing jenis buah tropika; (5) adanya jaminan pasar dan kepastian harga komoditas buah tropika melalui sistem kontraktual; (6) konsolidasi kelembagaan kelompok tani baik dari aspek partisipasi keanggotaan, teknik budi daya tanaman, manajemen administrasi dan keuangan, dan koordinasi yang harmonis dengan perusahaan mitra; (7) meletakkan koordinasi vertikal secara tepat melalui manajemen rantai pasok secara terpadu; (8) para pelaku rantai pasok memiliki kandungan jiwa kewirausahaan yang tinggi yang dapat dijadikan energi penggerak dalam keseluruhan rantai pasok; (9) sistem koordinasi yang harmonis dalam keseluruhan jaringan rantai pasok buah tropika sehingga terbangun keterpaduan produk dan antarpelaku usaha; dan (10) pengembangan sistem informasi manajemen yang handal terkait aspek produksi (variasi jenis produksi, kuantitas, kualitas, dan kontinuitas pasokan), daya serap pasar menurut tujuan dan segmen pasar, dan harga komoditas buah tropika sehingga sistem pengambilan keputusan berkualitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih di sampaikan kepada Kepala PSEKP yang telah memberikan kesempatan, memotivasi, dan memfasilitasi penulisan artikel ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan Dr. Sumaryanto atas masukannya

terutama terkait kinerja dan strategi pengembangan buah tropika unggulan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dewan Redaksi, Mitra Bestari, dan Redaksi Pelaksana Forum Penelitian Agro Ekonomi atas segenap saran dan masukannya.

DAFTAR PUSTAKA

- ACIAR. 2012. Membuat rantai nilai lebih berpihak pada kaum miskin. Canberra (AU): Australian Centre for Agricultural Research.
- Alfauzan F, Subekti E, Awami SN. 2015. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian buah impor di Pasar Johar Kota Semarang (studi kasus buah apel fuji dan jeruk mandarin). *Mediagro* 11(1): 35-46.
- Amir NO, Syafrial, Koestiono D. 2014. Analisis manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) komoditas pisang mas kirana (kasus pada Asosiasi Petani Pisang Mas Sridonoretno, Kecamatan Dampit, Kabupaten Malang). *Habitat* 25(1): 49 – 60.
- Baharsyah S. 2008. Relevansi growth with equity sebagai tema “perjuangan” PERHEPI. Dalam: Mungkinkah Petani Sejahtera? Prosiding Konferensi Nasional ke XV Perhimpunan Ekonomi Pertanian Indonesia (PERHEPI) Surakarta, 3 Agustus 2007. Bogor (ID): PERHEPI.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2003. Data sensus pertanian. Jakarta (ID): Badan Pusat Statistik Indonesia.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2013. Data sensus penduduk. Jakarta (ID): Badan Pusat Statistik Indonesia.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2016. Statistik tanaman buah-buahan dan sayuran Indonesia. Jakarta (ID): Badan Pusat Statistik.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2016. Data Susenas 2016. Jakarta (ID): Badan Pusat Statistik Indonesia..
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2017. Statistik tanaman buah-buahan dan sayuran Indonesia. Jakarta (ID): Badan Pusat Statistik.
- Collins R, Dunne TA, Murray P. 2004. Forming and managing supply chains in agribusiness: learns from others, Australian Government Department of Agriculture, Fisheries and Forestry Development, Learning CD-ROM.
- Desfaryani R, Hartoyo S, Anggraeni L. 2016. Permintaan buah-buahan rumah tangga di Provinsi Lampung. *J Agribisnis Indonesia* 4(2): 137-148.
- Deveriky D, Noer M, Mahdi. 2015. Analisis manajemen rantai pasok (*supply chain mangement*) buah manggis oleh kelompok tani di

- Kenagarian Sungai Talang Kabupaten 50 Kota Provinsi Sumatera Barat. *J Agribisnis Kerakyatan* 5(1): 22-30.
- Dimiyati A. 2014. Penguatan daya saing produk hortikultura. hal 99-130. Dalam: Haryono, Pasandaran E, Suradisastra K, Ariani M, Sutrisno N, Prabawati S, Yufdy MP, Hendriadi A, editors. *Daya saing komoditas pertanian*. Jakarta (ID): IAARD PRESS.
- [Ditjenhort] Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura. 2003. Rencana strategis pengembangan hortikultura nasional. Jakarta (ID): Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura.
- [Ditjenhort] Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura. 2008. Membangun hortikultura berdasarkan enam pilar pengembangan. Jakarta (ID): Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura.
- [FAO] Food and Agriculture Organization. 2009. [Internet]. [cited 2018 Agu 23]. Available from: <http://www.fao.org/corp/statistics/en/>.
- Fizanty T, Kusnandar. 2012. Pengelolaan logistik dalam rantai pasok produk pangan segar di Indonesia. *J Penelit Pos Inform.*2(1): 16-33.
- Gereffi G, Humphrey J, Sturgeon T, 2005. The governance of global value chains. *Rev Political Econ.* 12(1): 78-104.
- Harland. 1996. Supply Chain Management (SCM) [Internet]. [cited 2009 Oct 10]. Available from: <http://www.cosmolearning.com/-topics/supply-chain-management-scm-430/>.
- Heizer J, Render B. 2006. *Operations management*. New Jersey (US): Pearson Education, Inc.,.
- Henderson JM, Quandt RE.1980. *Microeconomic theory a mathematical approach*. London (GB): McGraw Hill International Books Company.
- Hermanto C, Indriani NLP, Hadiati S. 2013. *Keragaman dan kekayaan buah tropika nusantara*. Jakarta (ID): IAARD PRESS.
- Basith A. 2018. Permintaan banyak ekspor buah tropis, semakin segar [Internet]. [diunduh 2018 Agu 23]. Tersedia dari: <https://industri.kontan.co.id/news/permintaan-banyak-ekspor-buah-tropis-semakin-segar>.
- Ilham N, Saptana, Purwoto A, Supriyatna Y, Nurasa T. 2015. Kajian pengembangan industri peternakan mendukung peningkatan produksi daging. Laporan Penelitian Tahun Anggaran 2015. Bogor (ID): Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.
- Kaplinsky R, Morris M. 2001. *A Handbook for value chain research*. Brighton (GB): Institute of Development Studies, University of Sussex.
- Kastaman R. 2007. Laporan penelitian analisis sistem dan strategi pengembangan futuristik pasar komoditas manggis Indonesia. Bandung (ID): Universitas Padjadjaran.
- Koutsoyannis A.1979. *Modern microeconomics*. London (GB): Second Edition.The Macmillan Press LTD.London.
- Krisnamurthi B. 2009. Pengembangan agribisnis buah di Indonesia. Dalam: Bunga Rampai Agribisnis: Seri Pemasaran. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Krisnohadi A, Riduansyah. 2015. Analisis pengembangan kawasan hortikultura dengan aplikasi sistem informasi geografis dan analytical hierarchy process (AHP). *J Pedon Tropika* 1(1): 37-47.
- Ling Li. 2007. *Supply chain management: concep, techniques and practices enhancing value through collaboration*. Singapore (SG): World Scientific Publishing. Co.Pte. Ltd.
- Lokollo EM. 2012. Supply chain management (SCM) atau manajemen rantai pasok. Dalam: Lokollo EM, editor. *Bungai rampai rantai pasok komoditas pertanian Indonesia*. Bogor (ID): IPB Press.
- Marimin, Maghfiroh N. 2013. Teknik dan analisis pengambilan keputusan fuzzy dalam manajemen rantai pasok. Bogor (ID): IPB Press.
- Poerwanto R. 2003. Peran manajemen budi daya tanaman dalam peningkatan ketersediaan dan mutu buah-buahan. Orasi Ilmiah Guru Besar Ilmu Hortikultura, IPB, 13 September 2003. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Prihatiningtyas R, Setiawan A, Wijaya NH. 2015. Analisis peningkatan kualitas pada rantai pasok buah pepaya calina. *J Manaj Organisasi* 6(3): 206 - 224.
- Priya PM, Sangeetha B, Kumaran VV. 2011. Securing supply chain mangement system using RFID. *International J Computer Sci Technol*, 2(2): 52-57.
- Puspitasari, Prabawati S. 2014. Peluang-peluang memperkuat daya saing hortikultura nasional dalam kerangka Asean-China free trade agreement (AFTA). Dalam: Haryono, Pasandaran E, Suradisastra K, Ariani M, Sutrisno N, Prabawati S, Yufdy MP, Hendriadi A, editors. *Memperkuat daya saing produk pertanian*. Jakarta: IAARD PRESS. hlm 459-480.
- Putra ASI, Priandari Y, Yuniaristanto. 2016. Analisis ketelusuran rantai pasok hortikultura berorientasi ekspor dengan metode SCOR (studi kasus). Makalah dalam Seminar Nasional IENACO – 2016.
- Rais M, Sheoran A. 2015. Scope of supply chain management in fruits and vegetables in India. *J Food Process Technol.* 6(3): 1-7.
- Rahman HPS. 1997. Aspek permintaan, penawaran dan tata niaga hortikultura di Indonesia. *Forum Penelit Agro Ekon.*15(1 & 2): 44-56.
- Roekel JV, Willems S & Boselie DM. 2002, *Agri-supply chain management: to stimulate cross border trade in developing countries and emerging economies* [Internet]. [cited 2005 Jul 11]. Tersedia

- dari: [http://lnweb18.worldbank.org/ESSD/ardext.nsf/11ByDocName/Agri-Supply-Chain Management To Stimulate CrossBorder Tradein Developing Countries/\\$FILE/AgriSupplyChainMang_finalversion.pdf](http://lnweb18.worldbank.org/ESSD/ardext.nsf/11ByDocName/Agri-Supply-Chain%20Management%20To%20Stimulate%20CrossBorder%20Tradein%20Developing%20Countries/$FILE/AgriSupplyChainMang_finalversion.pdf).
- Samuelson P.A. dan W.D. Nordhaus. 1993. Mikro-ekonomi. Edisi Keempat Belas. Jakarta (ID): Erlangga.
- Saptana, Hastuti EL, Ashari, Indraningsih KS, Friyatno S, Sunarsih, Darwis V. 2005. Analisis kelembagaan kemitraan pada komoditas hortikultura. Bogor (ID): Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.
- Saptana. 2012. Manajemen rantai pasok (*supply chain management*) komoditas melon dan semangka. Dalam: Lokollo EM, editor. Bunga rampai rantai pasok komoditas pertanian Indonesia. Bogor (ID): IPB Press.
- Saptana, Daryanto A. 2013. Dinamika kemitraan usaha agribisnis berdaya saing dan berkelanjutan. Bogor (ID): Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.
- Saptana, HPS Rahman. 2015. Tinjauan konseptual makro-mikro pemasaran dan implikasinya bagi pembangunan pertanian. Forum Penelit Agro Ekon. 33(1): 15: 45 – 63.
- Saptana, Ilham N. 2017. Manajemen rantai pasok komoditas ternak dan daging sapi. Anal Kebijak Pertan. 15(1): 83-98.
- Sari ARP, Setiawan BM, Ekowati T. 2018. Analisis rantai pasok komoditas nanas madu di Kabupaten Pematang. J Sungkai. 6(1): 110-124.
- Siregar H. 2009. Bahaya rendahnya harga komoditas pertanian. Dalam: Makro – mikro pembangunan (kumpulan makalah dan esai). Bogor (ID): IPB Press..
- Siregar H, Daryanto A. 2009. Perkembangan dan diversifikasi ekspor Indonesia, Dalam: Makro – mikro pembangunan (kumpulan makalah dan esai). Bogor (ID): IPB Press
- Slamet AS. 2014. Analisis nilai tambah dan penentuan metrik pengukuran kinerja rantai pasok pepaya calina (studi kasus di PT Sewu Segar Nusantara). J Manaj Organisasi. 5(1): 72-89.
- Sudiyarto. 2007. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen buah impor di Kota Surabaya. Surabaya (ID): Universitas Pembangunan Nasional.
- Sukarman, Susilowati G, 2004. Hortikultura Th. 2003. (Horticulture year book). Jakarta (ID): Direktorat Jendral Bina Produksi Hortikultura.
- Sulistiyowati L, Syamsiah N, Azisah SN. 2015. Kajian rantai pasok mangga ke pasar ekspor dan kolaborasi diantara pelaku kemitraan (suatu kasus Kabupaten Cirebon). Bandung (ID): Universitas Padjadjaran.
- Sumarno 2004. Potensi dan peluang usaha agribisnis buah tropika dalam era pasar bebas. Dalam: Roesmijanto, Djauhari A, Yuniastuti S, Hardianto R, Prahardini PER, editors. Prospek subsektor pertanian menghadapi era AFTA. Prosiding Seminar. Jakarta (ID): Badan Litbang Pertanian. hlm 1-14.
- Sumarno. 2014. Peningkatan daya saing produk hortikultura (buah) dari petani skala kecil. Dalam: Haryono, Pasandaran E, Suradisastra K, Ariani M, Sutrisno N, Prabawati S, Yufdy MP, Hendriadi A, editors. Memperkuat daya saing produk pertanian. Jakarta (ID): IAARD PRESS.
- Tarigan RJ, Darmawan DP, Putra IGSA, 2013. Manajemen rantai nilai jeruk madu di Desa Barus Jahe Kecamatan Barus Jahe Kabupaten Karo Sumatra Utara. E-J Agribisnis dan Agrowisata. 2(4): 247 – 256.
- Wagiono YK, M Firdaus. 2009. Bauran pemasaran untuk peningkatan daya saing buah nasional. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Wulan AJ. Buah manggis (*Garcinia mangostana L.*) sebagai alternatif pelindung memori. Dalam: Prosiding Seminar Presentasi Artikel Ilmiah Dies Natalis FK Unila ke 13 Bandar Lampung, Oktober 2015. Bandar Lampung (ID): Universitas Lampung. hlm. 58-63.
- Yuliastuti ER, Dwiastuti R, Hanani NI. 2014. Analisis dinamis permintaan buah-buahan di Indonesia: pendekatan model Error Correction-Linear Approximation Almost Ideal Demand System. AGRIS 14(3): 238.
- Yuniaristanto 2010. Perancangan prototipe sistem parkir di Universitas Sebelas Maret dengan menggunakan teknologi RFID. Performa. 9(1): 64-74.